

Зенченко Екатерина Олеговна,

бакалавр 3-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

РОЛЬ ЭМОТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ФОРМИРОВАНИИ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ТВОРЧЕСКОГО ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. Работа посвящена анализу эмотивной лексики в речи творческого человека на примере речи драматурга, театрального режиссера Николая Коляды.

Ключевые слова: эмотивность; эмотивная лексика; эмотив; речевой портрет; творческий человек.

Zenchenko Ekaterina,

Undergraduate Student of the 3rd year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

ROLE OF EMOTIVE VOCABULARY IN THE SPEECH PORTRAIT FORMATION OF A CREATIVE MAN

Abstract. The thesis is devoted to studying emotive vocabulary in the speech of a creative man on the example of the speech of the dramatist, theatre director Nikolay Kolyada.

Keywords: emotiveness; emotive vocabulary; emotive; speech portrait; creative man.

Эмоциональная сфера человека в течение многих лет является объектом исследования ученых психологов, социологов и лингвистов. Лингвистика эмоций занимается изучением языковых способов интерпретаций эмоциональных состояний и отношений. На языковом уровне эмоции получают лингвистическое выражение и реализуются через эмотивную лексику [1]. В данной работе даются различные классификации эмотивной лексики и ее функции, рас-

смаатриваются лексические и морфологические средства выражения эмоций.

К лексическим средствам относят междометия, усилительные частицы, метафоры, фразеологические единицы. Выражать свои эмоции или воздействовать посредством выражения эмоций на слушающего говорящему легче всего именно путем отбора определенных лексических единиц.

Говоря о морфологических средствах выражения эмоций, Л. Г. Бабенко выделяет три основных класса слов, которые составляют 90 % эмотивной лексики: наибольшую роль в передаче эмоций играют эмотивные глаголы; ко второму классу относятся существительные и на третьем месте — прилагательные [2].

Материалом проводимого исследования послужило открытое видеоинтервью актера, драматурга, театрального режиссера Николая Коляды (2019). Это видеоинтервью содержит богатый материал для исследования лексических средств выражения эмоций в речи творческого человека. Объектом исследования является категория эмотивности, а предметом — ее функционирование в речи творческого человека.

Цель работы — показать роль эмотивности в разговорной речи творческого человека. Для этого был использован метод вычленения эмотивных единиц речи из видеоинтервью, а также методы классификации и описания. Актуальность темы заключается в том, что проблема отражения эмоций в лингвистике на данный момент является одной из наиболее активно изучаемых, так как эмотивность пронизывает все сферы жизнедеятельности человеческого бытия и оказывается в центре проблемы понимания языковой личности.

Речь Николая Коляды содержит большое количество эмотивных слов и выражений. К примеру, лексика, в которой эмотивный компонент входит в семантику слов: *боже-боже-боже, зараза, совсем что ли чокнулся*; лексика, номинирующая эмоции: *я стою краснею-бледнею, мы очень довольны и очень благодарны*.

Итак, в изучаемом материале представлены различные примеры эмотивной лексики в речевом портрете творческого человека. Дается определение эмотивности, классификация и функции эмотивов, рас-

смаатриваются лексические и морфологические средства выражения эмотивности, дается определение речевого портрета.

Был сделан вывод о том, что речь творческого человека пронизана эмотивами. Также была приведена статистика и типология эмотивов.

Литература

1. Шаховский В. И. Эмоции: долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. — М. : Книж. дом «ЛИБРОКОМ», 2010. — 128 с.

2. Бабенко Л. Г. Эмотивная лексика в структуре предложения // Классы слов в синтагматическом аспекте. — Свердловск : Изд-во Уральского гос. ун-та, 1988. — С. 145–156.

УДК 811.111'373.2

Кабальнова Александра Артемовна,

бакалавр 2-го курса

Ларцева Екатерина Владимировна,

кандидат филологических наук, доцент

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

К ВОПРОСУ О КОММЕРЧЕСКОЙ НОМИНАЦИИ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

**(на материале ономазиологического класса косметических
средств в английском языке)**

Аннотация. Данная статья посвящена изучению наименований косметических средств в современном английском языке. Анализ осуществляется на материале сайтов интернет-магазинов Space NK и Sephora. Приводится классификация выявленных названий на основании мотивировочного признака.

Ключевые слова: номинация, коммерческая номинация, косметические средства, ономастика, ономазиология, интернет-магазин, английский язык.